



luglio 2010 - dicembre 2011

I VERI SAPERI E SAPORI DELLE REGIONI ITALIANE IN SCANDINAVIA

Programma Interregionale nei Paesi scandinavi

L'Istituto nazionale per il Commercio Estero (I.C.E.), nell'ambito dell'Intesa Operativa con il Ministero dello Sviluppo Economico e le Regioni **Emilia-Romagna, Lombardia, Piemonte, Toscana e Veneto**, realizza un articolato programma di promozione biennale con l'obiettivo di rendere le eccellenze alimentari e vinicole delle Aziende italiane più meritevoli protagoniste delle tavole e del commercio in Scandinavia.

PERCHE' PARTECIPARE

- La durata biennale del programma permetterà di garantire una presenza continuativa dei prodotti sui mercati nordici e di radicare un'immagine familiare e positiva delle imprese nazionali partecipanti.
- Sulla base dei profili aziendali forniti alle Regioni selezionatrici, gli Uffici ICE in loco svolgeranno ricerche *ad hoc* per individuare operatori locali (buyer, importatori e distributori), garantendo contatti sia sul territorio scandinavo sia in Italia.
- La pubblicizzazione dei prodotti passerà anche attraverso il canale della formazione professionale, grazie a *master class* indirizzate a chef e sommelier scandinavi di alto livello operanti nel settore della ristorazione.
- La conoscenza del marchio e del prodotto sarà anche veicolata da un'innovativa *strategia pull* basata sulla sensibilizzazione di giornalisti, opinion leader e trendsetter che avranno l'occasione di **visitare** le realtà produttive italiane di alcune delle imprese proponenti;
- Nella seconda fase del programma, la promozione delle aziende che avranno rinnovato la partecipazione avrà continuità grazie a mirate azioni promozionali presso i principali punti vendita delle più importanti città danesi, svedesi, norvegesi e finlandesi, animate da *cooking show* nei quali potrà essere data visibilità al prodotto ed al marchio aziendale.
- Saranno organizzati *workshop* e *B2B* nei quattro Paesi, dove le aziende potranno svolgere incontri commerciali con gli operatori locali del settore.



ALIMENTARI E VINI

I dati aggregati del comparto agro-alimentare nel mercato scandinavo (Danimarca, Svezia, Norvegia e Finlandia) hanno avuto un trend positivo fino al 2008, con un incremento medio in valore del 12%, superiore alla media Europea (9,4%). La crisi generale dei mercati mondiali innescata a fine 2008, ha avuto ripercussioni negative anche nei Paesi scandinavi. Il valore dell'export italiano 2009, infatti, si è contratto del -7,6% (media europea: -7,5%). Lo spirito del Programma Interregionale in Scandinavia è quello di evitare la perdita di ulteriori quote di mercato, garantendo la presenza delle aziende italiane sul territorio.

Luogo:
Danimarca, Svezia, Norvegia, Finlandia

Periodo:
luglio 2010 - dicembre 2011

Scadenza Adesioni:
PRIMA FASE: 23 luglio 2010
SECONDA FASE: 31 dicembre 2010

[Offerta ICE]

PRIMA FASE

L'offerta ICE per la prima fase sarà composta dalle seguenti azioni:

1 – Selezione delle Aziende a cura delle Regioni (23 luglio 2010)

· Ciascuna delle Regioni coinvolte nel progetto provvederà a selezionare **20/25 aziende** in base ai requisiti e alle modalità descritte nella sezione 'Modalità di adesione' a pag. 4 della presente circolare. L'ammissione sarà comunicata alle imprese risultate idonee da parte di ICE.

2 – Selezione degli operatori scandinavi (settembre 2010)

· Gli Uffici ICE dei Paesi scandinavi coinvolti individueranno, nei rispettivi territori, una selezionata rosa di 7 o 8 tra importatori, distributori e operatori locali del canale ho.re.ca seriamente interessati ai prodotti di qualità delle Aziende selezionate, in base alle indicazioni fornite nell'allegata Scheda di adesione.

· La selezione mirerà ad accertare l'effettivo interesse degli operatori allo scopo di favorire concrete possibilità di business per le aziende.

· Il pairing tra l'azienda produttrice e gli operatori locali terrà conto anche delle preferenze – tipologia di contatto, Paese di preferenza – espresse dai partecipanti italiani.

3 – Incoming operatori: workshop e incontri Business-to-Business (B2B) (novembre 2010)

· Per favorire l'incontro con le aziende, gli operatori selezionati saranno invitati in Italia, per un periodo di circa 4 giorni, al fine di prendere contatti diretti con i potenziali partner italiani.

· In una delle 5 Regioni partecipanti sarà realizzato un workshop altamente tecnico all'interno del quale le imprese partecipanti esporranno i propri prodotti (anche in degustazione) e distribuiranno il rispettivo materiale informativo agli operatori interessati.

· Per ciascuna azienda italiana sarà calendarizzata un'apposita agenda di incontri B2B, della durata di due giorni, da svolgere contemporaneamente al workshop, con gli operatori scandinavi specificamente interessati alle produzioni dell'impresa.

· Compatibilmente all'organizzazione generale del progetto, l'evento potrebbe essere ripetuto in una seconda Regione italiana.

4 – Visite aziendali (novembre 2010)

· Concomitantemente all'incoming in Italia e compatibilmente con gli impegni degli operatori stranieri, saranno realizzate delle visite sul territorio presso strutture produttive di aziende partecipanti.

· Le aziende interessate ad aprire le porte dei loro stabilimenti produttivi agli operatori scandinavi, dovranno farne espressa richiesta alla Regione di appartenenza che provvederà a selezionare le imprese da far visitare agli operatori in base agli interessi merceologici e alle disponibilità di tempo degli stessi.

· Per ragioni tecnico-logistiche, si precisa fin da ora che non tutte le domande pervenute potranno essere accolte.

5 – Due corsi per chef, sommelier e insegnanti alberghieri (novembre 2010 e aprile 2011)

· Al fine di potenziare la presenza dei prodotti italiani sulle tavole scandinave, saranno realizzati due corsi eno-gastronomici di in-formazione tecnico-educativa, che mireranno, da un lato, a fornire le giuste competenze pratiche sulla produzione culinaria di piatti tipici italiani e, dall'altro, a persuadere i professionisti della ristorazione a favorire l'uso dei prodotti italiani di qualità inserendoli nei menù e nelle carte di vini.

· Gli Uffici ICE in loco provvederanno a selezionare, per ciascun Paese, 2 chef e 2 sommelier e 3 insegnanti di scuole alberghiere e di ristorazione qualificati che frequenteranno il training presso una rinomata Scuola di Cucina in Italia la quale, alla fine della seconda fase, curerà i cooking show che si svolgeranno nei quattro Paesi scandinavi (vedi oltre).

· Le aziende interessate a **sponsorizzare** questa forma di promozione avranno l'occasione di fornire i prodotti e i vini che saranno oggetto di studio nelle degustazioni formative e nella realizzazione delle ricette. Le modalità di sponsorizzazione saranno comunicate successivamente e sarà garantita l'apposizione del logo aziendale su tutto il materiale distribuito durante il corso.

6 – Due incoming per giornalisti, opinion leader e trendsetter (ottobre 2010 e aprile 2011)

· Un'innovativa forma di azione promozionale trasversale riguarderà la sensibilizzazione e l'informazione di 16 tra giornalisti, opinion leader e trendsetter scandinavi, 4 provenienti da ciascun Paese, attraverso la realizzazione di educational tour sul territorio delle Regioni partecipanti. Il coinvolgimento dei giornalisti stranieri costituirà una grande opportunità di pubblicizzazione dei prodotti e delle aziende aderenti, attraverso la pubblicazione di articoli e redazionali sulle principali testate scandinave divulgative e di settore; allo stesso tempo, la presenza di opinion leader e trendsetter, ovvero personalità pubbliche e VIP in grado di condizionare i gusti della collettività e di lanciare tendenze innovative tra i consumatori, costituirà un'originale canale di divulgazione per le eccellenze del vino e della Cucina italiana.

· Le aziende intenzionate a diventare una tappa del tour, dovranno darne indicazione alla Regione di riferimento che provvederà a selezionare le imprese in funzione delle domande presentate e compatibilmente con il piano generale di visita.

· Per ragioni tecnico-logistiche, si precisa fin da ora che non tutte le domande pervenute potranno essere accolte.

CONTATTI

ICE ROMA

Via Liszt, 21 - 00144 Roma

Agroalimentare

Linea Agroindustria

Riferimenti:

Guido Magnoni Tel. 06 5992 6758

Giovanni Delle Donne Tel. 06 5992 7821

Fax 06 89280323

agroindustria@ice.it

REGIONE EMILIA-ROMAGNA

Direzione Generale Agricoltura
Servizio Valorizzazione delle Produzioni
Viale Silvani, 6 - 40122 Bologna

Sarà cura della Regione Emilia-Romagna comunicare alle relative aziende i propri riferimenti e le modalità di invio delle domande di adesione.

REGIONE LOMBARDIA

Direzione Generale Agricoltura
Struttura Attrattività e Promozione
delle Produzioni
Via Pola, 12 - 20124 Milano

Riferimenti:

Gianfranco Di Nicolantonio

Tel. 02 67652587 - Fax 02 67658056

gianfranco_di_nicolantonio@regione.lombardia.it

[Offerta ICE]

SECONDA FASE

L'offerta ICE per la seconda annualità sarà composta dalle seguenti azioni:

7 – Selezione delle Aziende a cura delle Regioni (31 dicembre 2010)

· Ciascuna delle Regioni coinvolte nel progetto provvederà ad effettuare una nuova selezione di **20/25** aziende in base ai requisiti e alle modalità descritte nella sezione 'Modalità di adesione' a pag. 4 della presente circolare.

· Sarà data **priorità** alle Aziende che hanno già partecipato alla prima annualità del programma che potranno scegliere se aderire anticipatamente a entrambe le annualità o rinnovare la loro adesione nel 2011 esercitando il diritto di prelazione.

8 – Cooking show e azioni promozionali presso i Punti Vendita (settembre - dicembre 2011)

· La Scuola di Cucina italiana che sarà incaricata di allestire i corsi di formazione per chef e sommelier provenienti dai Paesi scandinavi, curerà anche la realizzazione di dimostrazioni culinarie presso selezionati Punti Vendita dei più significativi importatori, distributori, grossisti e cash & carry locali che servono il settore ho.re.ca. Attraverso questa forma promozionale interattiva diretta ad un pubblico specializzato, si mirerà a familiarizzare la clientela scandinava ai gusti e ai sapori della cucina di ciascuna delle 5 Regioni coinvolte, insegnando al consumatore il giusto utilizzo degli ingredienti, consigliando gli abbinamenti con i vini nostrani più idonei ed evidenziando l'importanza del legame territoriale dei prodotti.

· Ciascuna delle dimostrazioni gastronomiche avrà una durata settimanale e sarà accompagnata da un'azione promozionale di tipo più commerciale, attraverso la presentazione dei prodotti aziendali in corner e spazi espositivi dedicati all'interno dei Punti Vendita, garantendo un alto livello di visibilità attraverso l'esposizione massiva e/o in testa di banco dei prodotti aziendali.

· La tipologia di prodotti da inserire in promozione dovrà essere concordata e condivisa con il *cash & carry* di ciascun Paese, in funzione delle preferenze del mercato locale e delle effettive potenzialità di vendita della catena.

9 – Region's Day (settembre - dicembre 2011)

· Quattro grandi eventi, uno per ciascun Paese scandinavo coinvolto, realizzati a ridosso delle promozioni nei Punti Vendita, concluderanno con una carrellata d'insieme l'intero progetto biennale.

· Le giornate dedicate alla valorizzazione delle eccellenze enologiche e alimentari delle aziende partecipanti al programma, saranno caratterizzate da un workshop itinerante che farà tappa nelle quattro capitali interessate. In queste occasioni le aziende potranno esporre direttamente i propri prodotti nell'ambito di un contesto professionale e altamente qualificato, all'interno del quale saranno calendarizzati degli incontri B2B con i principali operatori – buyer, importatori, distributori ed esponenti ho.re.ca. – individuati dagli Uffici in loco, e ai quali saranno invitati giornalisti, VIP e opinion leader, oltre a quelli selezionati per le fasi precedenti.

· A completamento dell'azione promozionale, è prevista la realizzazione di due seminari tematici focalizzati sul tema delle eccellenze e delle specificità dei prodotti e dei metodi di produzione territoriali delle Regioni partecipanti. Parte degli interventi saranno tenuti da esperti e/o giornalisti locali che hanno partecipato alle precedenti visite formative in Italia.

CONTATTI

REGIONE PIEMONTE

Direzione Agricoltura
Corso Stati Uniti, 21 - 10128 Torino

Centro Estero per l'Internazionalizzazione s.c.p.a.
Corso Regio Parco, 27/29 - 10152 Torino

Riferimenti:

Gabriella Diverio

Tel. 011 6700661 - Fax 011 6965456

gabriella.diverio@centroestero.org

Francesca Bernardelli

Tel. 011 6700622 - Fax 011 6965456

francesca.bernardelli@centroestero.org

REGIONE TOSCANA

Staff Direttore Generale
Direzione Generale Sviluppo Economico
P.O. Internazionalizzazione e Promozione
Economica Via di Novoli, 26 - 50127 Firenze

Riferimenti:

Maria Giovanna Tiana

Tel. 055 4383655 - Fax. 055 4383006

mariagiovanna.tiana@regione.toscana.it

Eleonora Falchi

Tel. 055 462801

e.falchi@toscanapromozione.it

Caterina Brizzi

Tel. 055 4628002

c.brizzi@toscanapromozione.it

REGIONE VENETO

Direzione Promozione Turistica Integrata
Via Torino, 110 – 30172 Mestre-Venezia

Riferimenti:

Paolo Donadini

Tel. 041 2795495 - Fax 041 2795491

paolo.donadini@regione.veneto.it

Elena Burigana

Tel. 041 2795691 - Fax 041 2795491

elena.burigana@regione.veneto.it

Modalità di adesione

QUOTA DI PARTECIPAZIONE PRIMA FASE € 500,00

QUOTA DI PARTECIPAZIONE SECONDA FASE € 500,00

- La quota di partecipazione per la PRIMA fase riguarda la realizzazione dell'Incoming operators (punto 3), dei Corsi di formazione per chef e sommelier (punto 5) e dell'Incoming opinion leader (punti 6).
- La quota di partecipazione per la SECONDA fase riguarda la realizzazione dei Cooking Show (punto 8) e dei Region's Day (punto 9)
- Alle aziende è concessa la facoltà di aderire immediatamente ad entrambe le annualità.
- Alle aziende che avranno aderito solo alla prima annualità sarà assicurato il diritto di prelazione per la partecipazione all'annualità successiva, se in regola con il pagamento della prima quota.

Tenuto conto del lungo periodo del programma interregionale, l'ICE provvederà ad aggiornare costantemente le aziende partecipanti sulle date definitive e i dettagli delle singole azioni.

SELEZIONE DEI PARTECIPANTI

- Sarà cura di ciascuna Regione comunicare alle relative aziende le modalità di invio della domanda di adesione.
- Ciascuna Regione provvederà alla selezione di **max 25 aziende** in base all'ordine cronologico di presentazione delle domande e in funzione degli obiettivi del Programma, della diversificazione merceologica dei prodotti presentati, della capacità di operare sui mercati esteri per dimensione, fatturato e tipicità della produzione.
- Le aziende vinicole non potranno superare il **25%** delle aziende complessivamente partecipanti.
- Le aziende ammissibili per ciascuna fase non potranno superare il numero complessivo di **100** unità.

Nota: Costituisce requisito preferenziale l'appartenenza ai settori di produzione/commercializzazione di prodotti italiani biologici, DOP, IGP o almeno controllate da sistemi ufficiali di certificazione, anche a livello regionale.

Allegati

1. Scheda di adesione
2. Scheda aziendale
3. Scheda partner
4. Scheda prodotto
5. Informativa sulla privacy
6. Regolamento ICE
7. Codifiche ATECO
8. Cronogramma delle attività

INFO AGGIUNTIVE

Procedura di ammissione

Le domande di ammissione dovranno essere inoltrate **esclusivamente** alla Regione di competenza che provvederà ad effettuare la selezione al Programma Interregionale nei quattro Paesi scandinavi (Danimarca, Svezia, Norvegia e Finlandia).

L'ammissione sarà comunicata alle imprese risultate idonee da parte di ICE, che provvederà anche all'emissione della **fattura** a carico dell'azienda, in base alla quota indicata nella domanda di partecipazione.

Comunicazioni

Tutte le richieste di informazioni e/o chiarimenti sul Programma Interregionale dovranno essere inoltrate alla Sede ICE di Roma ai riferimenti indicati nella presente Circolare Informativa.

Aggiornamenti

Tutti gli aggiornamenti relativi alle azioni promozionali previste dal Programma Interregionale saranno comunicate periodicamente alle aziende ammesse in funzione dell'annualità di riferimento.

Costi di partecipazione per attività all'estero

Tutti i costi relativi al viaggio dei rappresentanti aziendali e alla spedizione delle merci per attività che si svolgeranno all'estero (punti 10 e 11) saranno a diretto carico delle aziende partecipanti.

Incoming in Italia

I costi per il viaggio e l'ospitalità in hotel degli operatori, dei giornalisti e degli operatori provenienti dai Paesi scandinavi, nonché del personale ICE proveniente dall'estero in qualità di accompagnatore degli stessi, in occasione di visite aziendali ed educational tour saranno a carico di ICE e non comporteranno alcuna spesa per le aziende da visitare.

I VERI SAPERI E SAPORI DELLE REGIONI ITALIANE IN SCANDINAVIA

Danimarca, Svezia, Norvegia, Finlandia

SCHEDE DI ADESIONE Da inviare alla Regione di pertinenza

E' già cliente ICE? SI NO CODICE CLIENTE _____

Ragione sociale: _____

Indirizzo: _____

Cap: _____ Città/Località: _____ Provincia: _____

Telefono _____ E-Mail : _____

Fax : _____ Sito Web _____

Partita IVA: _____ Codice Fiscale: _____

Persona da contattare: _____

Qualifica _____ E-mail _____ Tel. _____

Quota di partecipazione (IVA esclusa ai sensi del DPR 633/72 art. 15):

- | | | |
|--------------------------|----------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | PRIMA fase | € 500,00 |
| <input type="checkbox"/> | PRIMA e SECONDA fase | € 1.000,00 (€ 500,00 + € 500,00) |

SCADENZA: l'invio del presente modulo deve essere effettuato esclusivamente alla Regione di competenza, secondo le modalità di invio indicate dalla Regione stessa, per la richiesta di adesione o soltanto alla prima fase del Programma o alla prima e seconda fase contemporaneamente entro e non oltre il **23 luglio 2010**

Interessato a partecipare ad eventuali forme di **SPONSORIZZAZIONE** di cui sarà data comunicazione con separata circolare?

SI

NO

Con la presente avanziamo la domanda di ammissione all'evento e alle attività menzionate.

"I dati personali raccolti saranno trattati, utilizzati e diffusi in conformità alla Legge 196/2003 per fini strettamente strumentali allo svolgimento delle funzioni istituzionali dell'ICE. I dati potranno essere modificati o cancellati sulla base di specifica richiesta inoltrata all'ICE."

Data: ____/____/____ Firma _____

Con la presente domanda di ammissione alla suddetta iniziativa dichiariamo di aver ricevuto e letto le condizioni riportate nell'allegato "Regolamento Generale di partecipazione alle iniziative organizzate dall'ICE", di approvarle ed accettarle integralmente senza riserve. Dichiariamo inoltre di accettare fin d'ora e di rispettare integralmente, tutte le istruzioni, modalità e regole emanate dall'ICE indicate nelle circolari relative a questa iniziativa. In particolare, come previsto dal regolamento Generale:

- Ci impegniamo, a seguito dell'ammissione, a versare l'importo dovuto a ricevimento fattura (art. 6)
- Avremo la facoltà di esercitare la rinuncia entro il termine di gg. 10 dalla data di comunicazione dell'ammissione, trascorsi i quali saremo tenuti al pagamento integrale della quota dovuta (art. 11)

Data: ____/____/____ Firma e timbro del legale rappresentante _____

Dichiariamo inoltre di approvare espressamente, agli effetti degli artt. 1341 e 1342 del Codice civile, le clausole previste dagli artt. 3,4,5,6,11,12,13,18 del regolamento generale.

Data: ____/____/____ Firma e timbro del legale rappresentante _____

In ottemperanza alla L. 675 del 31.12.1996, la restituzione del presente questionario è da considerarsi quale esplicita autorizzazione ad utilizzare le notizie ivi contenute per gli scopi relativi all'iniziativa stessa.

I VERI SAPERI E SAPORI DELLE REGIONI ITALIANE IN SCANDINAVIA

Danimarca, Svezia, Norvegia, Finlandia

SCHEDA AZIENDALE

Informazioni utili per la ricerca di operatori interessati

Ragione sociale: _____

Anno di costituzione dell'azienda _____

Settore merceologico _____ Codifica ATECO (vedi allegato n. 7)

PROFILO AZIENDALE (Breve descrizione in inglese, max 750 battute)

N. DIPENDENTI

- Fino a 2
- Da 3 a 9
- da 10 a 19
- Da 20 a 49
- Da 50 a 99
- Da 100 a 499
- Oltre 499

FATTURATO ANNUO (in €)

- Inferiore a 250.000
- Da 250.000 a 500.000
- Da 500.000 a 2.5 mln
- Da 2.5 a 5 mln
- Da 5 a 15 mln
- Da 15 a 25 mln
- Oltre 25 mln

FATTURATO EXPORT (in €)

- Inferiore a 75.000
- Da 75.000 a 250.000
- Da 250.000 a 750.000
- Da 750.000 a 2.5 mln
- Da 2.5 a 5 mln
- Da 5 a 15 mln
- Oltre 15 mln

PRODUZIONE ANNUA TOTALE (in quantità) _____

PRODUZIONE ANNUA PER LINEA DI PRODOTTO (specificare tipologia linea e quantità):

Linea 1: _____

Linea 2: _____

Linea 3: _____

Linea 4: _____

Linea 5: _____

ESPORTAZIONE IN SCANDINAVIA

- Danimarca:

Percentuale di esportazione: _____ %

Importatore in loco (indirizzo completo): _____

- Svezia:

Percentuale di esportazione: _____ %

Importatore in loco (indirizzo completo): _____

- Norvegia:

Percentuale di esportazione: _____ %

Importatore in loco (indirizzo completo): _____

- Finlandia:

Percentuale di esportazione: _____ %

Importatore in loco (indirizzo completo): _____

I VERI SAPERI E SAPORI DELLE REGIONI ITALIANE IN SCANDINAVIA

Danimarca, Svezia, Norvegia, Finlandia

SCHEDA PARTNER

Finalizzata agli incontri B2B con potenziali partner locali

PROFILO PARTNER (Breve indicazione in inglese della tipologia di partner che si intende incontrare, max 250 battute)

MOTIVAZIONI (Breve indicazione in inglese sulle motivazioni che hanno spinto ad aderire al Programma, max 250 battute)

OBIETTIVI (Indicare in inglese gli obiettivi di partnership)

COMMERCIAL

1.01 COMMON AGREEMENT IN PUBLIC CONTRACT AWARD

OFFER (offerta)

- 1.02 PHYSICAL LOGISTIC COOPERATION
 1.03 COMMERCIAL INTERMEDIARY (GENERAL AGENT, FRANCHISE, DISTRIBUTION)
 1.04 GENERAL COMMERCIAL ASSISTANCE (PROMOTION, AFTER SALES SERVICES)
 1.05 RECIPROCAL/Common COMMERCIAL COOPERATION AGREEMENT
 1.06 RECIPROCAL/Common DISTRIBUTION AGREEMENT

REQUEST (domanda)

- 1.07 PHYSICAL LOGISTIC COOPERATION
 1.08 PRODUCER
 1.09 BUYER
 1.10 COMMERCIAL INTERMEDIARY (GENERAL AGENT, FRANCHISE, DISTRIBUTOR)
 1.11 GENERAL COMMERCIAL ASSISTANCE (PROMOTION, AFTER SALES SERVICES)

FINANCIAL

2.01 DIRECT INVESTMENTS

OFFER (offerta)

- 2.02 OFFER FOR A GENERAL FINANCIAL COOPERATION (ACCOUNTS ADMINISTRATION, ETC)
 2.03 OFFER OF EQUITY CAPITAL
 2.04 OFFER TO SELL A COMPANY OR PART OF IT (INCLUDES THE SALES OF SHARES OR ANA ACTIVITY BRANCH)
 2.05 PARTICIPATE FINANCIALLY IN SME AND RELATED COMPANIES

REQUEST (domanda)

- 2.06 GENERAL FINANCIAL COOPERATION (ACCOUNTS ADMINISTRATION, ETC)
 2.07 REQUEST FOR EQUITY CAPITAL
 2.08 BUY A COMPANY OR PART OF IT (INCLUDING ACQUISITION OF A STRATEGIC PARTICIPATION)

GENERAL

- 3.01 DEVELOPMENT OF NEW PRODUCTS
 3.02 IDENTIFICATION OF NEW CUSTOMERS
 3.03 JOINT CREATION OF AN ENTERPRISE, CONSORTIUM OR HOLDING
 3.04 MERGER, EXCHANGE OF SHARES (SWOP) OR RECIPROCAL COOPERATION
 3.05 NEW PROJECTS DEVELOPMENT

TECHNICAL

- 4.01 SUBCONTRACTOR LOOKS FOR MAIN CONTRACTOR
 4.02 MAIN CONTRACTOR LOOKS FOR SUBCONTRACTOR
OFFER (offerta)
 4.03 OFFER OF ASSISTANCE IN R&D
 4.04 OFFER OF MANUFACTURING RIGHTS: ACQUISITION, USING RIGHTS, LICENCE
 4.05 OFFER OF TECHNOLOGICAL ASSISTANCE
 4.06 OFFER OF TECHNOLOGY TRANSFER (KNOW-HOW)
 4.07 RECIPROCAL/Common TECHNOLOGICAL COOPERATION AGREEMENT (INCLUDED AGREEMENTS ON COMMON R&D)

REQUEST (domanda)

- 4.08 REQUEST FOR ASSISTANCE IN R&D
 4.09 REQUEST FOR TECHNOLOGICAL ASSISTANCE
 4.10 REQUEST FOR TECHNOLOGY TRANSFER (KNOW-HOW)

I VERI SAPERI E SAPORI DELLE REGIONI ITALIANE IN SCANDINAVIA

Danimarca, Svezia, Norvegia, Finlandia

SCHEDA PRODOTTO

Compilare una scheda per ogni categoria di prodotto che si intende promuovere

Scheda n. _____ di n. _____ schede totali

Ragione sociale: _____

CATEGORIA DI PRODOTTO: _____

NOME COMMERCIALE: _____

MARCHIO/LINEA COMMERCIALE (se diverso da quello aziendale) _____

GAMMA DI PRODOTTO (indicare sinteticamente le eventuali distinzioni interne alla categoria):

DENOMINAZIONI DI QUALITA': DOP IGP STG ALTRO _____

ORIGINE BIOLOGICA: SI NO

PRESENTE IN SCANDINAVIA: SI NO Specificare il Paese _____

CARATTERISTICHE

ALTRE INFORMAZIONI UTILI/SIGNIFICATIVE

INFORMATIVA AI SENSI DELL'ARTICOLO 7 DEL DECRETO LEGISLATIVO 196/2003.

I Suoi dati personali saranno trattati per promuovere e sviluppare il commercio del suo prodotto e/o servizio all'estero come previsto dall'articolo 2 della Legge 68/1997.

Il trattamento avverrà con modalità cartacee e/o informatizzate.

I dati saranno comunicati e diffusi ad altri soggetti pubblici o privati per adempiere a specifici obblighi di legge ovvero per tutte le attività strettamente necessarie per lo svolgimento delle funzioni istituzionali dell'Istituto, come sancito dall'art.3, comma 8, del D.M. 474/1997.

Il conferimento dei dati contrassegnati come obbligatori è indispensabile per usufruire del servizio richiesto, l'eventuale rifiuto a fornire tali informazioni non consentirà l'erogazione dello stesso. Il conferimento dei dati contrassegnati come facoltativi è finalizzato esclusivamente alla possibilità di offrirLe un servizio maggiormente personalizzato; il mancato conferimento degli stessi, quindi, non pregiudicherà l'erogazione del servizio.

Le ricordiamo, inoltre, che potrà esercitare, in qualunque momento, i diritti di cui all'articolo 7 del Decreto Legislativo 196/2003 (diritto di accesso ai dati personali ed altri diritti).

Per ogni informazione è possibile rivolgersi al titolare del trattamento dati:
Istituto Nazionale per il Commercio con l'Estero, Via Liszt, 21, 00144 Roma
o ai Responsabili del trattamento:

1. Area Strategie di Rete;
2. Area Relazioni esterne;
3. Auditing;
4. Area Legale e Segreteria Istituzionale;
5. Direzione del Dipartimento Personale, Relazioni Sindacali e Servizi Generali;
6. Direzione del Dipartimento Amministrazione, Finanza e Controllo;
7. Direzione del Dipartimento Servizi alle Imprese;
8. Direzione del Dipartimento Formazione e Studi;
9. Direzione del Dipartimento Promozione dell'Internazionalizzazione;
10. Attività di Controllo e di Assistenza Prodotti Agricoli;
11. retItalia internazionale SpA.

REGOLAMENTO GENERALE PER LA PARTECIPAZIONE ALLE INIZIATIVE ORGANIZZATE DALL'ICE

ART. 1. PREMESSA. Le iniziative sono organizzate dall'Istituto nel quadro della politica di promozione del prodotto italiano all'estero decisa dal Ministero dello Sviluppo Economico. Le decisioni prese dall'Istituto sono quindi dirette a promuovere e tutelare, in via prioritaria, l'immagine dell'Italia in generale, l'interesse collettivo e la riuscita complessiva dell'iniziativa.

ART. 2. PARTECIPAZIONE. Sono ammesse a partecipare le aziende italiane, regolarmente registrate presso la CCIAA, che rispondono direttamente dell'osservanza delle norme di partecipazione da parte dei propri incaricati o rappresentanti in loco. Sono altresì ammessi a partecipare organismi italiani quali federazioni, associazioni, enti pubblici e privati e consorzi. La richiesta di partecipazione da parte di tali organismi viene considerata come "domanda collettiva" di partecipazione, salvo accordi diversi che dovranno essere di volta in volta concordati con l'Istituto in sede di ammissione alla manifestazione. Anche per tali soggetti, nonché per le aziende ammesse loro tramite, valgono tutte le norme contenute nel presente "Regolamento" unitamente a quelle contenute nelle circolari emanate dall'Istituto per la specifica iniziativa. Il termine "azienda" indicato nel presente "Regolamento" vale anche per gli organismi e soggetti di cui sopra che richiedono di partecipare all'iniziativa in riferimento.

ART. 3. DOMANDA DI AMMISSIONE ED ESCLUSIONI. L'adesione all'iniziativa può essere avanzata esclusivamente con l'inoltro del modulo "domanda di ammissione". Lo stampato, fornito dall'Istituto, deve essere restituito entro i termini indicati per ogni specifica iniziativa. Sono prese in considerazione, prioritariamente, le "domande di ammissione" pervenute nei termini stabiliti, debitamente compilate e sottoscritte. Per quanto riguarda la data di presentazione fa fede il protocollo di arrivo all'Istituto o la data di trasmissione risultante sul telex. Le domande devono essere sottoscritte dal rappresentante legale dell'azienda con l'apposizione del timbro recante la denominazione sociale. L'Istituto si riserva la facoltà di accettare le domande di ammissione e di accogliere, in tutto o in parte, le richieste di area o altro in esse contenute, senza privilegio alcuno per i partecipanti alle edizioni precedenti. Sono escluse le aziende che: non sono in regola con i pagamenti dovuti all'Istituto; non si sono attenute a disposizioni impartite in precedenti occasioni o hanno assunto un comportamento tale da recare pregiudizio al buon nome dell'Istituto o all'immagine dell'Italia; non hanno dimostrato sufficiente serietà commerciale causando lamenti o proteste giustificate da parte degli operatori locali; non hanno osservato norme e regolamenti imposti dai singoli Enti fieristici esteri organizzatori delle manifestazioni o leggi del paese ospitante; hanno utilizzato abusivamente marchi di altre aziende. In ogni caso l'eventuale mancato accoglimento della domanda di ammissione sarà comunicato all'azienda interessata con l'indicazione dei relativi motivi.

ART. 4. QUOTA DI PARTECIPAZIONE. La quota di partecipazione ha natura di concorso al complesso delle spese da sostenere per la realizzazione dell'iniziativa e non è quindi riferibile a singole prestazioni. Tale quota, indicata nella circolare relativa alla specifica iniziativa, è definita a forfait oppure, in caso di fiere o mostre, parametrata ai mq. o ai "moduli" e non è comprensiva dell'IVA, ove dovuta. La quota di partecipazione potrà, per cause sopravvenute, essere soggetta ad aumenti. Con la firma della "domanda di ammissione" l'azienda si impegna a sostenere tale eventuale maggiore onere sempre che esso sia contenuto entro un massimo del 10%. Le prestazioni comprese nella quota di partecipazione sono indicate nella circolare relativa alla specifica iniziativa.

ART. 5. AMMISSIONE ED ASSEGNAZIONE AREA ESPOSITIVA. La ammissione all'iniziativa è data dall'Istituto a mezzo comunicazione scritta. L'assegnazione delle aree e degli stand viene decisa dall'Istituto tenuto conto delle esigenze organizzative, funzionali, tecniche-progettuali e dell'ottimale impostazione complessiva dell'iniziativa. A causa delle caratteristiche dell'area o della ripartizione degli spazi l'Istituto può essere costretto ad assegnare una superficie non esattamente corrispondente per dimensione ed ubicazione a quella richiesta. L'Istituto si riserva la possibilità di modificare, ridurre e cambiare in qualsiasi momento l'ubicazione e/o le dimensioni dell'area assegnata, qualora esigenze e/o circostanze lo richiedessero, senza diritto alcuno da parte dell'espositore ad indennità o risarcimenti. In caso di riduzione della superficie assegnata spetterà all'azienda una proporzionale riduzione della quota di partecipazione con relativo rimborso. Non è permesso sovrappiombare o cedere a terzi la totalità o parte della superficie espositiva assegnata. Non è permesso ospitare nello stand altre aziende o esporne i prodotti senza preventivo accordo scritto con l'Istituto.

ART. 6. PAGAMENTI E RIMBORSI. Con la sottoscrizione della "domanda di ammissione" l'azienda si impegna a versare l'ammontare dovuto. Per talune iniziative può essere richiesto dall'Istituto un anticipo sull'importo totale. Trascorsi 10 giorni dalla data di comunicazione dell'ammissione all'iniziativa tramite fax, telex o telegramma e della relativa assegnazione di area espositiva l'Istituto procederà all'emissione della fattura per l'importo da corrispondere. In tale fattura sono riportate la somma dovuta, il modo ed il termine di pagamento (generalmente entro 15 giorni dalla data della fattura). In caso di variazione di date o annullamento dell'iniziativa, per cause di forza maggiore o comunque indipendenti dalla volontà dell'Istituto, l'Istituto stesso, provvederà, entro 60 gg. dalla data di comunicazione, al solo rimborso di quanto versato dall'azienda. In caso di variazione di data la restituzione avrà luogo nei limiti suindicati solo se l'azienda non riconfermerà la propria adesione. Qualora l'azienda non abbia provveduto al pagamento della quota dovuta, decade da ogni diritto di partecipazione e pertanto non potrà prendere possesso dello stand inizialmente assegnato.

ART. 7. PRESTAZIONI A CARICO DELL'AZIENDA ESPOSITRICE. Sono di norma a carico dell'azienda espositrice che dovrà provvedere in proprio, salvo diversa indicazione: spedizioni-trasporto-consegna campionario fino a destinazione nell'area-stand assegnato, ed eventuale ritorno, con operazioni doganali e pratiche connesse; sistemazione campionario in esposizione all'interno area-stand, compresa movimentazione, apertura-chiusura immagazzinamento imballaggi; collegamenti elettrici, idrici ed aria compressa dal punto di erogazione all'interno dell'area-stand fino ai macchinari-apparecchiature in esposizione; erogazione aria compressa nei padiglioni fieristici sprovvisti di impianto centralizzato; forniture particolari e/o aggiuntive di allestimento-arredo oltre quelle indicate per la specifica iniziativa, previo nulla osta dell'Istituto; assicurazione contro rischi trasporto, danni e furto campionario e materiali esposti prima, durante e dopo la manifestazione; viaggio e soggiorno con prenotazioni connesse. Il reperimento del personale per lo stand e l'installazione di telefoni, fax, telex, ed altre apparecchiature può essere richiesto all'Istituto fermo restando che i relativi costi saranno a carico dell'azienda partecipante.

ART. 8. DOTAZIONE E SISTEMAZIONE AREA-STAND. L'area e/o lo stand, se predisposto dall'Istituto, viene fornito secondo quanto indicato nelle circolari della specifica iniziativa. Forniture particolari non comprese nelle dotazioni potranno eventualmente essere fornite solo se richieste con congruo anticipo e con addebito a parte. Eventuali richieste di variazioni, modifiche o integrazioni presentate in loco potranno essere soddisfatte nei limiti delle possibilità, sempre con addebito. A conclusione dell'iniziativa gli espositori devono riconsegnare l'area assegnata e gli arredi/dotazioni nelle stesse condizioni in cui sono stati consegnati. Sono a carico degli espositori gli eventuali danni causati dagli stessi. La scritta richiesta dalla azienda partecipante per il cartello/insegna dello stand potrà essere sintetizzata e/o modificata dall'Istituto laddove fosse necessario per esigenza di spazio ovvero per garantire un'uniformità di presentazione della grafica. L'esposizione di eventuali manifesti, cartelli od altro materiale pubblicitario o promozionale può essere limitata ovvero sottoposta ad autorizzazione dell'Istituto in presenza di esigenze di decoro, di immagine e di rispetto delle leggi e dell'etica vigente nel paese ospitante.

ART. 9. AREA/STAND NON ALLESTITI. Nel caso di iniziative in cui l'Istituto procede alla sola assegnazione dell'area e/o stand senza allestimenti, le aziende partecipanti dovranno provvedere all'allestimento e/o arredamento della propria area/stand impegnandosi a rispettare le indicazioni organizzative e tempistiche impartite nonché rispettare i regolamenti generali, le norme di montaggio-smontaggio, di sicurezza, di copertura assicurativa etc., previsti e pubblicati dagli Enti o Società organizzatrici della manifestazione.

ART. 10. SISTEMAZIONE E PRESENTAZIONE CAMPIONARIO. Lo espositore si impegna ad essere presente nel proprio stand per la verifica del campionario e la sistemazione dello stesso entro il termine indicato per la specifica iniziativa. L'espositore si impegna altresì, prima della chiusura della manifestazione, a non abbandonare lo stand, e a non iniziare lo smontaggio o il reimballaggio del campionario. Il mancato rispetto di tale regola, recando un danno all'immagine della manifestazione e dell'Italia, può comportare l'esclusione da altre iniziative dell'Istituto. L'Istituto si riserva la facoltà di far ritirare dall'esposizione quei prodotti, oggetti o arredi che non siano in linea con l'immagine della manifestazione o dell'Italia, con i fini istituzionali dell'attività dell'Istituto stesso, con il tema dell'iniziativa, con i regolamenti della fiera o le leggi del paese in cui ha luogo l'iniziativa stessa. E' in ogni caso vietato esporre prodotti stranieri e/o distribuire materiale pubblicitario a tali prodotti.

ART. 11. RINUNCE. L'azienda che non fosse in grado di partecipare all'iniziativa deve inoltrare immediatamente una comunicazione scritta all'Istituto per mezzo telex, fax o telegramma. Se la rinuncia viene notificata all'Istituto entro 10 giorni dalla data in cui è stata comunicata l'ammissione all'iniziativa e la relativa assegnazione dell'area, nulla è dovuto dall'azienda. Trascorso detto termine, salvo diversa regolamentazione prevista espressamente nella circolare della specifica iniziativa, l'azienda è tenuta al pagamento dell'intero ammontare dovuto, necessario a coprire i costi impegnati e/o sopportati dall'Istituto per la realizzazione dell'iniziativa. Ove lo spazio espositivo inizialmente assegnato all'azienda rinunciataria, venga successivamente riassegnato in tempo utile ad altra/e azienda/e, la prima sarà tenuta al solo pagamento di una penale pari al 30% dell'ammontare dovuto.

ART. 12. RECLAMI. Eventuali vizi nell'adempimento degli obblighi assunti dall'ICE, dovranno essere immediatamente contestati dall'azienda ammessa all'iniziativa con circostanziato reclamo scritto all'Istituto onde consentirne l'accertamento, la rimozione e la eventuale azione di regresso nei confronti di terzi responsabili. L'Istituto potrà rispondere degli eventuali danni derivanti dai vizi accertati entro il limite massimo della quota di partecipazione corrisposta dall'azienda per la specifica iniziativa. In particolare, relativamente ai vizi negli allestimenti-arredi dell'area-stand, l'azienda dovrà, a seconda se gli stessi vengano rilevati: al momento della consegna, avanzare circostanziato reclamo scritto al funzionario o tecnico ICE presenti in loco - a pena di decadenza - entro e non oltre il giorno dell'inaugurazione della specifica iniziativa (il suddetto termine assume valore essenziale anche ai fini del primo comma dell'art. 1578 C.C., ed il mancato reclamo scritto entro il termine sopra indicato comporta l'accettazione senza riserve dell'area-stand); durante lo svolgimento dell'iniziativa, comunicarli per iscritto al funzionario o tecnico ICE presenti in loco - a pena di decadenza - entro e non oltre la fine della manifestazione. L'eventuale risarcimento derivante dai vizi sopra citati sarà comunque commisurato con riferimento solo al costo dei lavori e delle forniture difformi, omissi o non completati.

ART. 13. AZIONI DI COMUNICAZIONE - PUBBLICITÀ. L'Istituto pur assicurando la massima attenzione e cura, non risponde di errori ed omissioni eventualmente occorsi nelle diverse azioni di comunicazione-pubblicità realizzate per la specifica iniziativa (brochure, catalogo ufficiale fiera, catalogo collettiva italiana, audiovisivi, inserzioni stampa, etc).

ART. 14. TRASPORTI, SPEDIZIONIERI, FORMALITÀ DOGANALI. Per particolari iniziative l'Istituto si riserva la facoltà di segnalare, ad ogni buon fine operativo-logistico, uno o più spedizionieri per l'espletamento di tutte le operazioni connesse con il trasporto dei materiali espositivi, le procedure doganali ovvero per l'introduzione o la movimentazione delle merci nell'ambito dell'area espositiva. L'Istituto non è responsabile delle prestazioni degli spedizionieri segnalati. Il rapporto tra lo spedizioniere e l'espositore è diretto. L'espositore è tenuto a rispettare le norme doganali italiane e quelle del paese nel quale viene realizzata l'iniziativa predisponendo la necessaria documentazione. L'espositore è comunque responsabile di fronte alle leggi del paese nel quale si svolge l'iniziativa per l'introduzione o l'esportazione di materiali o prodotti per i quali vigano divieti o restrizioni.

ART. 15. ASSICURAZIONE. La quota di partecipazione non comprende, salvo diversa indicazione, alcuna assicurazione. L'assicurazione del campionario, quando prevista, è condizionata all'invio all'Istituto, entro i termini indicati, della fattura pro-forma o altro documento da cui risulti la quantità, descrizione e valore della merce destinata all'esposizione. L'Istituto non è responsabile per perdite o danni ai prodotti esposti e/o qualsiasi altro bene dell'espositore, dei suoi rappresentanti, dei suoi invitati e visitatori, come pure degli incidenti in cui possano essere coinvolti.

ART. 16. ORGANIZZAZIONE VIAGGI. Per particolari iniziative l'Istituto si riserva la facoltà di segnalare, ad ogni buon fine operativo-logistico, una o più Agenzie di viaggio per l'organizzazione del viaggio, la gestione delle prenotazioni alberghiere ed aeree, ecc. Nessuna responsabilità potrà essere addebitata all'Istituto per disservizi che si dovessero verificare. Il rapporto tra l'Agenzia e l'espositore è diretto.

ART. 17. PERSONALE PER LO STAND. L'Istituto offre un servizio di ricerca personale per lo stand (interpreti, hostess, ecc.). Pur assicurando la massima attenzione nella scelta nessun addetto potrà essere mosso all'Istituto per eventuali controversie con tali addetti. Il rapporto tra detto personale e l'azienda è diretto.

ART. 18. FORO COMPETENTE. Per le controversie che eventualmente dovessero insorgere tra l'Istituto e le aziende ammesse a partecipare alla manifestazione, sarà competente esclusivamente il Foro di Roma.

CODICI ATECO 2007

Prodotti agricoli, della caccia e della silvicoltura	Industria manifatturiera	Distribuzione
01.11.10 Coltivazione di cereali (escluso il riso)	10.11.00 Produzione di carne non di volatili e di prodotti della macellazione (attività dei mattatoi)	46.21.10 Commercio all'ingrosso di cereali e legumi secchi
01.11.20 Coltivazione di semi oleosi	10.12.00 Produzione di carne di volatili e prodotti della loro macellazione (attività dei mattatoi)	46.21.21 Commercio all'ingrosso di tabacco grezzo
01.11.30 Coltivazione di legumi da granella	10.13.00 Produzione di prodotti a base di carne (compresa la carne di volatili)	46.21.22 Commercio all'ingrosso di sementi e alimenti per il bestiame (mangimi), piante officinali, semi oleosi, patate da semina
01.11.40 Coltivazioni miste di cereali, legumi da granella e semi oleosi	10.20.00 Lavorazione e conservazione di pesce, crostacei e molluschi mediante surgelamento, salatura eccetera	46.22.00 Commercio all'ingrosso di fiori e piante
01.12.00 Coltivazione di riso	10.31.00 Lavorazione e conservazione delle patate	46.23.00 Commercio all'ingrosso di animali vivi
01.13.10 Coltivazione di ortaggi (inclusi i meloni) in foglia, a fusto, a frutto, in radici, bulbi e tuberi in piena aria (escluse barbabietola da zucchero e patate)	10.32.00 Produzione di succhi di frutta e di ortaggi	46.24.10 Commercio all'ingrosso di cuoio e pelli gregge e lavorate (escluse le pelli per pellicceria)
01.13.20 Coltivazione di ortaggi (inclusi i meloni) in foglia, a fusto, a frutto, in radici, bulbi e tuberi in colture protette (escluse barbabietola da zucchero e patate)	10.39.00 Lavorazione e conservazione di frutta e di ortaggi (esclusi i succhi di frutta e di ortaggi)	46.24.20 Commercio all'ingrosso di pelli gregge e lavorate per pellicceria
01.13.30 Coltivazione di barbabietola da zucchero	10.41.10 Produzione di olio di oliva da olive prevalentemente non di produzione propria	46.31.10 Commercio all'ingrosso di frutta e ortaggi freschi
01.13.40 Coltivazione di patate	10.41.20 Produzione di olio raffinato o grezzo da semi oleosi o frutti oleosi prevalentemente non di produzione propria	46.31.20 Commercio all'ingrosso di frutta e ortaggi conservati
01.14.00 Coltivazione di canna da zucchero	10.41.30 Produzione di oli e grassi animali grezzi o raffinati	46.32.10 Commercio all'ingrosso di carne fresca, congelata e surgelata
01.15.00 Coltivazione di tabacco	10.42.00 Produzione di margarina e di grassi commestibili simili	46.32.20 Commercio all'ingrosso di prodotti di salumeria
01.16.00 Coltivazione di piante per la preparazione di fibre tessili	10.51.10 Trattamento igienico del latte	46.33.10 Commercio all'ingrosso di prodotti lattiero-caseari e di uova
01.19.10 Coltivazione di fiori in piena aria	10.51.20 Produzione dei derivati del latte	46.33.20 Commercio all'ingrosso di oli e grassi alimentari di origine vegetale o animale
01.19.20 Coltivazione di fiori in colture protette	10.52.00 Produzione di gelati senza vendita diretta al pubblico	46.34.10 Commercio all'ingrosso di bevande alcoliche
01.19.90 Coltivazione di piante da foraggio e di altre colture non permanenti	10.61.10 Molitura del frumento	46.34.20 Commercio all'ingrosso di bevande non alcoliche
01.21.00 Coltivazione di uva	10.61.20 Molitura di altri cereali	46.35.00 Commercio all'ingrosso di prodotti del tabacco
01.22.00 Coltivazione di frutta di origine tropicale e subtropicale	10.61.30 Lavorazione del riso	46.36.00 Commercio all'ingrosso di zucchero, cioccolato, dolci e prodotti da forno
01.23.00 Coltivazione di agrumi	10.61.40 Altre lavorazioni di semi e granaglie	46.37.01 Commercio all'ingrosso di caffè
01.24.00 Coltivazione di pomacee e frutta a nocciolo	10.62.00 Produzione di amidi e di prodotti amidacei (compresa produzione di olio di mais)	46.37.02 Commercio all'ingrosso di tè, cacao e spezie
01.25.00 Coltivazione di altri alberi da frutta, frutti di bosco e frutta in guscio	10.71.10 Produzione di prodotti di panetteria freschi	46.38.10 Commercio all'ingrosso di prodotti della pesca freschi
01.26.00 Coltivazione di frutti oleosi	10.71.20 Produzione di pasticceria fresca	46.38.20 Commercio all'ingrosso di prodotti della pesca congelati, surgelati, conservati, secchi
01.27.00 Coltivazione di piante per la produzione di bevande	10.72.00 Produzione di fette biscottate, biscotti; prodotti di pasticceria conservati	46.38.30 Commercio all'ingrosso di pasti e piatti pronti
01.28.00 Coltivazione di spezie, piante aromatiche e farmaceutiche	10.73.00 Produzione di paste alimentari, di cuscus e di prodotti farinacei simili	46.38.90 Commercio all'ingrosso di altri prodotti alimentari
01.29.00 Coltivazione di altre colture permanenti (inclusi alberi di Natale)	10.81.00 Produzione di zucchero	46.39.10 Commercio all'ingrosso non specializzato di prodotti surgelati
01.30.00 Riproduzione delle piante	10.82.00 Produzione di cacao in polvere, cioccolato, caramelle e confetterie	46.39.20 Commercio all'ingrosso non specializzato di prodotti alimentari, bevande e tabacco
01.41.00 Allevamento di bovini e bufale da latte, produzione di latte crudo	10.83.01 Lavorazione del caffè	
01.42.00 Allevamento di bovini e bufalini da carne	10.83.02 Lavorazione del tè e di altri preparati per infusi	
01.43.00 Allevamento di cavalli e altri equini	10.84.00 Produzione di condimenti e spezie	
01.44.00 Allevamento di cammelli e camelidi	10.85.01 Produzione di piatti pronti a base di carne e pollame	
01.45.00 Allevamento di ovini e caprini	10.85.02 Produzione di piatti pronti a base di pesce, inclusi fish and chips	
01.46.00 Allevamento di suini	10.85.03 Produzione di piatti pronti a base di ortaggi	
01.47.00 Allevamento di pollame	10.85.04 Produzione di pizza confezionata	
01.49.10 Allevamento di conigli	10.85.05 Produzione di piatti pronti a base di pasta	
01.49.20 Allevamento di animali da pelliccia	10.85.09 Produzione di pasti e piatti pronti di altri prodotti alimentari	
01.49.30 Apicoltura	10.86.00 Produzione di preparati omogeneizzati e di alimenti dietetici	
01.49.40 Bachicoltura	10.89.01 Produzione di estratti e succhi di carne	
01.49.90 Allevamento di altri animali nca	10.89.09 Produzione di altri prodotti alimentari nca	
01.50.00 Coltivazioni agricole associate all'allevamento di animali: attività mista	10.91.00 Produzione di mangimi per l'alimentazione degli animali da allevamento	
01.61.00 Attività di supporto alla produzione vegetale	10.92.00 Produzione di prodotti per l'alimentazione degli animali da compagnia	
01.62.01 Attività dei maniscalchi	11.01.00 Distillazione, rettifica e miscelatura degli alcolici	
01.62.09 Altre attività di supporto alla produzione animale (esclusi i servizi veterinari)	11.02.10 Produzione di vini da tavola e v.p.q.r.d.	
01.63.00 Attività che seguono la raccolta	11.02.20 Produzione di vino spumante e altri vini speciali	
01.64.01 Pulitura e cernita di semi e granaglie	11.03.00 Produzione di sidro e di altri vini a base di frutta	
01.64.09 Altre lavorazioni delle sementi per la semina	11.04.00 Produzione di altre bevande fermentate non distillate	
01.70.00 Caccia, cattura di animali e servizi connessi	11.05.00 Produzione di birra	
02.10.00 Silvicoltura e altre attività forestali	11.06.00 Produzione di malto	
02.20.00 Utilizzo di aree forestali	11.07.00 Industria delle bibite analcoliche, delle acque minerali e di altre acque in bottiglia	
02.30.00 Raccolta di prodotti selvatici non legnosi	12.00.00 Industria del tabacco	
02.40.00 Servizi di supporto per la silvicoltura		
03.11.00 Pesca in acque marine e lagunari e servizi connessi		
03.12.00 Pesca in acque dolci e servizi connessi		
03.21.00 Acquacoltura in acqua di mare, salmastra o lagunare e servizi connessi		
03.22.00 Acquacoltura in acque dolci e servizi connessi		

Per ulteriori codifiche non indicate in tabella si invita a visitare il sito dell'Agazia delle Entrate.

CRONOGRAMMA DELLE ATTIVITA'

ANNO MESE	2010						2011												
	LUG	AGO	SETT	OTT	NOV	DIC	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SETT	OTT	NOV	DIC	
Adesione prima fase	■																		
Selezione operatori scandinavi		■	■																
Primo incoming giornalisti e opinion leader				■															
Incoming operatori					■														
Visite aziendali					■														
Primo corso di formazione					■														
Adesione seconda fase						■													
Secondo incoming giornalisti e opinion leader										■									
Secondo corso di formazione										■									
Cooking Show																■	■	■	■
Region's Day																■	■	■	■